

Publizistische Vielfalt in der Kurpfalz

Rager, Günther; Rombach, Theo

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rager, G., & Rombach, T. (1981). Publizistische Vielfalt in der Kurpfalz. In W. Schulte (Hrsg.), *Soziologie in der Gesellschaft: Referate aus den Veranstaltungen der Sektionen der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, der Ad-hoc-Gruppen und des Berufsverbandes Deutscher Soziologen beim 20. Deutschen Soziologentag in Bremen 1980* (S. 883-887). Bremen: Deutsche Gesellschaft für Soziologie (DGS). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-189766>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

PUBLIZISTISCHE VIELFALT IN DER KURPFALZ

Günther Rager / Theo Rombach

Im folgenden wird über ein kommunikationswissenschaftliches Forschungsprojekt berichtet, bei dem die Lokal- und Regionalteile der Zeitungen Mannheimer Morgen, Die Rheinpfalz, Heidelberger Tageblatt, Rhein-Neckar-Zeitung und die Sendungen von Kurpfalz-Radio einer Inhaltsanalyse unterzogen wurden. Ziel dieses Projektes ist, die genannten Zeitungen untereinander in der Lokalberichterstattung zu vergleichen und diese Vergleiche dann auf das Angebot des subregionalen Hörfunkprogramms von Kurpfalz-Radio auszudehnen. Die hier vorgestellten Ergebnisse sind nur ein Teil eines umfangreichen Forschungsprojektes der Abteilung Kommunikationswissenschaften im Institut für Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim, bei dem insgesamt elf Zeitungen inhaltsanalytisch untersucht werden und in Ergänzung dazu Redakteure der Zeitungen und Schlüsselpersonen der Gemeinden, in denen diese Zeitungen verbreitet sind, befragt werden.

In den Diskussionen um Monopol- und Konkurrenzsituationen und um die Organisationsformen von Rundfunk und Zeitungen wird immer wieder mit der Forderung nach mehr Meinungsvielfalt oder dem Postulat der publizistischen Vielfalt argumentiert. Publizistische Vielfalt wird dabei als eine Voraussetzung für die umfassende Information des Bürgers betrachtet. Diese wiederum ist eine grundlegende Bedingung für die parlamentarische Demokratie. Dabei liegt die Vorstellung zugrunde, daß der Bürger die Möglichkeit haben muß, sich aus frei zugänglichen Quellen gut zu informieren, bevor er etwa bei Wahlen Entscheidungen trifft. Mit dieser Vorstellung ist die Annahme verbunden, daß freie Information und publizistische Vielfalt auch unterschiedliche Meinungen, Stellungnahmen, Tendenzen zutage fördern. In diesem Modell hat sich die liberale Vorstellung vom Markt erhalten, eine Vorstellung, nach der der Bürger zwischen einem Medienangebot unterschiedlicher politischer Ausprägung oder unterschiedlicher Machart oder unterschiedlicher technischer Ausführung (z.B. Rundfunk oder Presse) wählen kann.

Der Begriff der publizistischen Vielfalt läßt dabei die Unterscheidung zwischen interner Vielzahl und externer Unterschiedlichkeit zu. "Intern" ist die Vielzahl von Themen, von Personen, die handeln oder zu Wort kommen, von Lob und

Kritik und von Darstellungsformen in den Medien. Zu dieser internen Vielzahl kommt die externe Unterschiedlichkeit der Medien, denn der Leser oder Hörer sollte nicht nur zwischen verschiedenen Inhalten wählen können, sondern auch zwischen verschiedenen Medien, die unterschiedliche Ausrichtungen haben oder unterschiedliche Informationsbedürfnisse befriedigen.

Für die Inhaltsanalyse wurden folgende 5 Dimensionen der publizistischen Vielfalt festgelegt:

- Themen
- Handlungsträger
- Zu-Wort-Kommende
- Wertende Äußerungen (Lob / Kritik)
- Darstellungsformen.

Außerdem untersuchten wir noch einige mehr qualitative Aspekte.

Der Untersuchungszeitraum für die Inhaltsanalyse aller genannten Blätter in der Kurpfalz und vom Kurpfalz-Radio umfaßte die Zeit vom 9. Mai (Start Kurpfalz-Radio) bis zum 9. Juni und den gesamten November 1979. In diesem Zeitraum publizierten die Medien insgesamt nahezu 15300 Beiträge mit lokalem oder regionalem Charakter. Studenten der Universität Hohenheim haben diese 15300 Beiträge inhaltsanalytisch untersucht und verschlüsselt. Mit mehreren Tests wurde überprüft, ob die Kodierer bei diesem Vorgang der Verschlüsselung in ausreichendem Maße übereinstimmend arbeiteten, ob sie also die gleichen Inhalte auch gleich verschlüsselten. Als ausreichend wurde eine Reliabilität von 0,70 festgesetzt. Dieser Wert wurde in allen Fragestellungen dieser Untersuchung erreicht. Exemplarisch sollen hier einige Ergebnisse aus den Dimensionen "Handlungsträger" und "Zu-Wort-Kommende" vorgestellt werden.

Handlungsträger in der lokalen Berichterstattung.

Handlungsträger sind diejenigen Personen oder Gruppen, die im Beitrag unmittelbar als Akteure benannt werden. Für jeden Beitrag konnten bis zu drei Handlungsträger angegeben werden. In etwa 80 Prozent aller Beiträge wurden irgendwelche Handlungsträger erwähnt. Es fällt der hohe Anteil der anonymen Handlungsträger sowie derjenigen aus den "Sonstigen Organisationen" auf. Beide kommen in allen Medien auf den ersten beiden Positionen vor. Die Anonymen sind zu etwa gleichen Teilen Unfallbeteiligte, Täter, Tatverdächtige und Opfer krimineller Handlungen sowie Berufstätige in Ausübung ihrer Funktion. Die Vertreter der "Sonstigen Organisationen" treten zu etwa zwei Dritteln auf kulturellen Veranstaltungen und Festen auf.

Mit einem Dutzend Handlungsträger bestreiten die Zeitungen und Kurpfalz-Radio etwa zwei Drittel der gesamten Berichterstattung, in der Handelnde erwähnt werden. Diese Übereinstimmung und die Einheitlichkeit wird noch offensichtlicher, wenn man die Handlungsträger zu Gruppen zusammenfaßt: Die drei Gruppen von Handelnden, die in allen Medien an der Spitze stehen, nämlich erstens die organisierten (unpolitischen) Bürgergruppen, also Vereine, sonstige Organisationen, zweitens die "Anonymen" und drittens die "kommunalen Organe" vereinen in allen Medien mehr als 50 Prozent der erwähnten Handlungsträger auf sich. Die jeweiligen Spezifika der Medien spielen dabei keine große Rolle. Der "einfache Bürger" hat kaum eine Chance, in die Zeitung zu kommen, es sei denn, er hat das Pech, an einem Unfall beteiligt zu sein, das Glück, aktiv an diversen Festen teilzunehmen, oder die Ehre, ein Jubiläum zu begehen. Die Handlungen von Randgruppen, von Jugendgruppen, Ausländern, Frauenorganisationen usw., die eines anwaltschaftlichen Journalismus bedürften, werden in den hier untersuchten Medien kaum erwähnt.

"Zu-Wort-Kommende" in der lokalen Berichterstattung.

Unter "zu Wort kommen" wird sowohl die direkte als auch die indirekte Rede verstanden sowie Formulierungen, die Äußerungen zusammenfassen. Der Anteil der Beiträge, in denen überhaupt einer zu Wort kommt, an der Gesamtzahl der ausgewerteten Beiträge schwankt zwischen 23 Prozent und knapp 32 Prozent.

Wie bei allen untersuchten Fragen interessiert auch hier, ob die Medien deutliche Gewichte setzen, ob also bestimmte Personen oder Gruppen wesentlich häufiger zu Wort kommen als andere, und ob diese Gewichte in den vier Zeitungen und im Radio unterschiedlich gesetzt werden. Über alle Medien betrachtet, teilen sich neun Zu-Wort-Kommende die ersten fünf Ränge dieser Liste. Nur drei sind immer auf den ersten fünf Rängen vertreten, nämlich die Anonymen, die Bürgermeister und die Oberbürgermeister. Das erste Dutzend macht zwischen 59 Prozent und 78 Prozent aller Zu-Wort-Kommenden aus. Faßt man die Zu-Wort-Kommenden ebenso wie die Handlungsträger in Gruppen zusammen, so ergibt sich eine große Übereinstimmung der Medien untereinander. Auf den ersten fünf Rängen finden sich nur sieben Gruppen. Die kommunalen Organe, die Anonymen, die überkommunalen Organe und die organisierten Bürgergruppen ohne explizit politischen Charakter liegen in allen fünf Medien in dieser Spitzengruppe, in vier kommen noch die auf kommunaler Ebene aktiven Parteiorgane hinzu. Die kommunalen Organe kommen in den Zeitungen durchweg häufiger zu Wort als beim Hörfunk, während bei diesem die Anonymen das Übergewicht haben. Ferner fällt auf, daß der Hörfunk die auf kommunaler Ebene tätigen Parteiorgane nur in 1,7

Prozent aller Wortmeldungen berücksichtigt, die Rheinpfalz dagegen in 12,4 Prozent. Um den Unterschied zu verdeutlichen, errechneten wir einen Quotienten, der den Anteil der Beiträge ausdrückt, in denen der jeweilige Handlungsträger auch zu Wort kommt. Der Anteil der Beiträge, in denen die Oberbürgermeister und die Bürgermeister zu Wort kommen, ist beim Hörfunk mit 51 Prozent bzw. 44 Prozent wesentlich niedriger als bei den Zeitungen, wo er zwischen 62 Prozent und 84 Prozent liegt. Der Hörfunk läßt anonyme Handlungsträger wesentlich öfter zu Wort kommen als die Zeitungen. Oberblickt man die gesamten hier vorgetragenen Ergebnisse, so können Unterschiede in der Berichterstattung in Bezug auf die Akteure und ihre Artikulationsmöglichkeiten nur zwischen den Zeitungen und dem Hörfunk festgestellt werden. Insofern bereichert der Hörfunk die publizistische Landschaft der Kurpfalz. Von publizistischer Vielfalt kann nach unseren Kriterien dennoch nicht gesprochen werden. Dazu sind sich die Zeitungen in ihren journalistischen Verfahrensweisen zu ähnlich, wobei die Mannheimer Zeitungen sich nicht von den Heidelberger Zeitungen unterscheiden.

Abschließend soll noch kurz die Frage gestreift werden, wie die lokalen Medien ihre allseits postulierte kritische Funktion erfüllen. Im Gegensatz zu den bisher behandelten Dimensionen können bei Lob und Kritik mehr Unterschiede zwischen den Medien festgestellt werden. Jedoch, und das relativiert das Ergebnis, kommt Kritik seltener vor als Lob. Es kann wohl von allen Medien behauptet werden, daß sie ihrer Kritikfunktion kaum gerecht werden. Dies verdeutlicht allein schon das Verhältnis von Lob und Kritik, soweit von Journalisten geäußert.

Journalist als Lobender bzw. Kritisierender in absoluten Zahlen

	Lob	Kritik
Mannheimer Morgen	149	14
Rhein-Neckar-Zeitung	248	15
Heidelberger Tageblatt	109	19
Rheinpfalz	177	23
Hörfunk, Kurpfalz-Radio	28	14

Fazit

Wichtigstes Ergebnis der vorliegenden Untersuchung ist sicherlich das einheitliche Bild, das die vier Tageszeitungen auf allen Ebenen aufweisen. Auch bei detaillierten Interpretationen bleiben die Unterschiede marginal. Bei allen Medien wird nur wenig kritisiert, aber insgesamt viel gelobt, vor allem durch die Journalisten selbst.

Viele Medien, so lautet also das Resümee, ziehen noch lange nicht publizistische Vielfalt nach sich. Dringend geboten scheint, das ergibt eine vorsichtige Interpretation der Ergebnisse, ein Hinterfragen der lokaljournalistischen Praxis. Alte Schablonen müssen endlich weggeworfen werden, neue Formen der Darstellung erprobt werden. Zu fordern wäre ebenfalls eine stärkere Hinwendung zu bisher vernachlässigten Themen und Bevölkerungsgruppen. Wichtig wäre schließlich noch, daß die kritische Berichterstattung und Kommentierung verstärkt wird. Kommentierung wird bei den untersuchten Medien, insbesondere bei Kurpfalz-Radio offenbar als nicht nötig empfunden. Gerade unterschiedliche Meinungen wären jedoch eine wichtige Voraussetzung für publizistische Vielfalt.

Auf dem Hintergrund der vorliegenden Ergebnisse ist die Frage nach dem Vorhandensein publizistischer Vielfalt also leicht zu beantworten. Schwieriger gestaltet sich die Antwort auf die Frage, was zu tun wäre, um publizistische Vielfalt zu gewährleisten. Ein zusätzliches Medium, das bisherigen Tageszeitungen der Kurpfalz ähnlich ist, wäre sicher keine entscheidende Hilfe. Der Ausbau des Kurpfalz-Radio Programms könnte nach den bisherigen Erfahrungen ein erfolversprechender Schritt sein. Dies würde vermutlich eine personelle Verstärkung der Redaktion zur Voraussetzung haben. Zu fragen wäre ebenfalls, ob auch bei den Zeitungen der Ausbau der Redaktionen eine Veränderung des publizistischen Angebots zur Folge hätte.

Sinnvoll erschiene ebenfalls, daß von den Zeitungen auf Stadtteilebene ein spezielles redaktionelles Angebot gemacht würde. Dazu wäre allerdings - ebenso wie bei den bereits genannten Möglichkeiten - nicht nur eine Vermehrung des bereits Vorhandenen nötig.

Ob die Einführung eines neuen Mediums wie Kabelfernsehen entscheidend zur Verbesserung der Situation beitrüge, kann nicht eindeutig beantwortet werden. Viele Defizite, die sowohl durch die Inhaltsanalyse als auch durch eine Befragung festgestellt wurden, deuten jedoch darauf hin, daß publizistische Vielfalt mit den herkömmlichen Print- und Funkmedien erreicht werden könnte. Wichtiger als die Frage der neuen Techniken erscheint unter diesem Gesichtspunkt die Frage nach journalistischer Qualität und damit auch nach dem Ausschöpfen bereits vorhandener Möglichkeiten. Hier wäre sicher noch vieles ohne großen Aufwand erreichbar, z.B. durch Aus- und Fortbildung der Journalisten.